

Inhalt

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
1 Tourismus – die globale Leitindustrie des 21. Jahrhunderts	17
1.1 Definition und Erfassung des internationalen Tourismus	19
1.1.1 Definitionen.....	20
1.1.2 Methoden der Erfassung.....	21
1.1.3 Wichtige Daten- und Informationsquellen.....	24
1.2 Quellmärkte und Zielgebiete des internationalen Tourismus	26
1.2.1 Großregionen im internationalen Tourismus	26
1.2.2 Nachbarschaftsbeziehungen im internationalen Tourismus	29
1.2.3 Internationaler Tourismus vs. Binnentourismus	32
2 Die Motoren des touristischen Wachstums	37
2.1 Push-Faktoren	38
2.1.1 Wachstum, Wohlstand und Freizeit	39
2.1.2 Transport und Kommunikation	43
2.1.3 Verpflichtungen, Wertewandel und religiöse Motive.....	46
2.2 Pull-Faktoren	52
2.2.1 Aufhebung von Reisebeschränkungen.....	53
2.2.2 Natürliche und kulturelle Attraktionen.....	55
2.2.3 Ökonomische Vorteile und moralische Freizügigkeit.....	60
2.2.4 Öffentliche Fördermaßnahmen und Verbraucherschutz	64
Exkurs: Die Hemmnisse des Wachstums	69

3 Die globalen Akteure im internationalen Tourismus	79
3.1 Luftverkehrsgesellschaften	81
3.1.1 Codesharing und strategische Allianzen	83
3.1.2 Computerreservierungssysteme und Yield Management.....	85
3.1.3 Qualitätsmanagement	86
3.2 Hotelketten	88
3.2.1 Diffusion globaler Hotelketten	89
3.2.2 Wettbewerbsstrategien der Hotellerie	91
3.3 Unternehmen der Freizeit-, Unterhaltungs- und Kulturindustrie	95
3.3.1 Freizeit- und Unterhaltungskonzerne	96
3.3.2 Internationale Kultureinrichtungen.....	98
3.4 Globale Organisationen und Initiativen.....	100
3.4.1 Touristische Organisationen und Verbände.....	101
3.4.2 Tourismuskritische Initiativen.....	102
3.4.3 Kulturorganisationen mit touristischem Bezug	104
4 Die Schauplätze des internationalen Tourismus	107
4.1 Die Industrieländer als touristische Innovatoren	108
4.1.1 Der englische Adel als Trendsetter.....	108
4.1.2 Die Demokratisierung des Reisens.....	111
4.1.3 Aufstieg, Niedergang und Relaunch traditioneller Zielgebiete	112
4.2 Die Mittelmeerländer als ökonomische Nutznießer.....	117
4.2.1 Der Boom des Badetourismus	117
4.2.2 Die Folgen der touristischen Erschließung	119
4.2.3 Wettbewerbsstrategien der Warmwasserziele	122
4.3 Die Entwicklungsländer als exotische Traumreiseziele	129
4.3.1 Wachstumschancen vs. Krisenanfälligkeit.....	130
4.3.2 Endogene Kultur: Potenziale und Probleme	136
4.3.3 Aufklärungsarbeit und Partizipationsmöglichkeiten	140
4.4 Die Transformationsländer als strukturschwache Nachzügler	145
4.4.1 Das Erholungswesen in den sozialistischen Staaten	146

4.4.2	Hemmnisse im Transformationsprozess	151
4.4.3	Touristischer Neuanfang nach politischem Umbruch.....	154
4.5	Die Rohstoff- und Schwellenländer als Zukunftsmärkte	160
4.5.1	Vereinigte Arabische Emirate: Diversifizierung durch Tourismus	161
4.5.2	China: der neue Reiseweltmeister	166
4.5.3	Indien: Imageprobleme und Nachfragepotenziale	171
5	Die Zukunft des internationalen Tourismus	181
5.1	Prognosen zur quantitativen Entwicklung	182
5.1.1	Prognosen zum Umfang der Nachfrage.....	182
5.1.2	Prognosen zu künftigen Reiseströmen	183
5.2	Herausforderungen im internationalen Tourismus	185
5.2.1	Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen.....	185
5.2.2	Krisenprävention und Krisenmanagement	188
5.2.3	Schutz des natürlichen und kulturellen Erbes.....	193
5.2.4	Wahrung und Stärkung der Menschenrechte.....	202
	Literaturverzeichnis	209
	Index	229